m²

SUPLEMENTO DE ESTILO Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 9 DE AGOSTO DE 2003. AÑO 5. Nº 236



irrompible

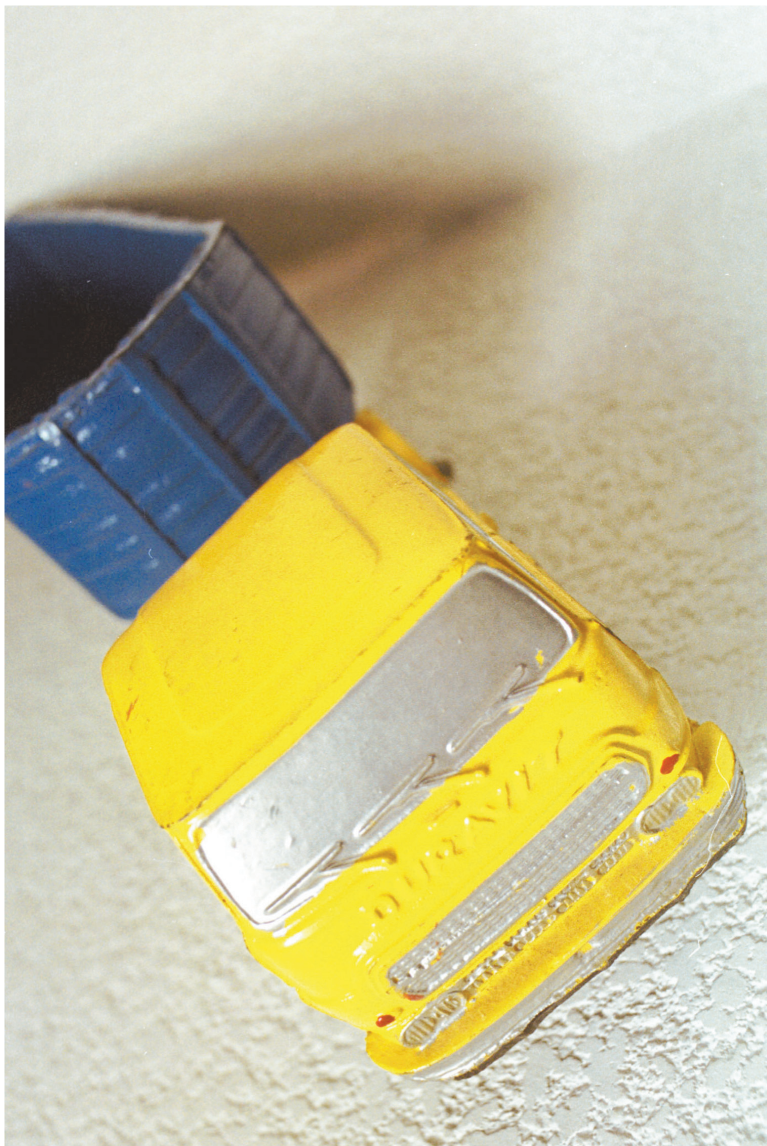
la historia de Duravit, un éxito del diseño argentino que está por cumplir 60 años

Impermeabilización
El 14 y 15 de agosto se realiza la tercera jornada de actualización tecnológica que organizan la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Palermo y el Grupo Hidrotécnica, sobre técnicas de impermeabilización no convencionales en la construcción. El primer día de la jornada estará dedicado a la introducción general en el tema y a discutir aislamientos verticales, sistemas cementicios y repelentes transparentes. El 15 se hablará sobre impermeabilización de subsuelos con cementicios químicos, capilares y poliuretánicos, y de subsuelos de hormigón colado y proyectado. Las jornadas son gratuitas, pero requieren inscripción en Mario Bravo 1050, 4964-4653, *infoarq@palermo.edu*.

Arquitectos plásticos
El grupo Arquiplásticos, que reúne a arquitectos "apasionados por el arte" y que pintan, inauguró el 4 de agosto la muestra *Zoom* en Bar Abierto, Borges 1613. La exhibición está abierta hasta el domingo 17 de agosto. Informes en la página *www.arcaplastica.com.ar.*

Doctorado en Rosario
La Facultad de Arquitectura de la Universidad de Rosario anuncia su doctorado de arquitectura, que comienza este mes en su sede de Riobamba 220 bis, Rosario, y es dirigido por Héctor Floriani e Isabel Martínez de San Vicente. A partir del 8 comienza el taller de Tesis I, a cargo de Sandra Valdettaro; en septiembre "arquitectura, enfoque epistemológico", de Juan Samaja; en agosto se dicta "después de la posmodernidad, análisis de un mapa proyectual del proyecto contemporáneo", asignatura del módulo de formación disciplinar a cargo de Roberto Fernández. Informes en *www.farq.unr.edu.ar/postgrados/index.html, postgrado@fapyd.unr.edu.ar,* o 0341-4808531/35 int. 106.

Angeles robados
Raúl Shakespear "lamenta" informar que se robaron su muestra itinerante "Angeles de Manucho", homenaje cruzado al escritor Manuel Mujica Láinez y a la arquitectura porteña. La muestra fue robada bajo la forma de seis cajones con paneles que sostenían 30 obras gráficas. Fue en Boulogne, cuando un camión del transporte Gutiérrez la traía de vuelta a Buenos Aires después de exhibida en el Museo Municipal de Arte de Junín. Si alguien sabe algo de este botín insólito –cero valor material, alto valor cultural– comunicarse al 4780-32442/3538.







Diseño irrompible



FOTOS DE GUSTAVO MUJICA

La historia de Duravit, o cómo un joven militar retirado inventó un material, una manera de diseñar juguetes y una marca inmortal, todo a ojo.

POR LUJAN CAMBARIERE

Argentina es como un péndulo, y en el ir y venir hay cosas que se rescatan y otras que se pierden. Suelen perdurar las de la infancia. Los caramelos Media Hora, las bananitas Dolca, los chocolatines Jack con sorpresa, el LP amarillo de Pipo Pescador, el Tiqui-Taka o el Ludomatic, las zapatillas Flecha, la colonia Coqueterías, los Chasqui Boom, la lapicera 303, el Italpark y... los Duravit. Los juguetes irrompibles que para los de treinta y pico, cuarenta y aún más son parte de nuestra identidad. A un día de la celebración del Día del Niño y en tiempos del juguete descartable, Alejandro Macchiavello, hijo menor del mentor de Duravit y uno de los actuales directores de la empresa, nos cuenta vida y obra de un diseño que marcó nuestra infancia.

–¿Cómo comienza la historia de Duravit?
–La historia de la fábrica comienza en 1945. Mi padre, Ricardo Macchiavello, hoy de 82 años, militar retirado, empieza a idear juguetes en goma. En esa época, el producto bruto del país pasaba por el agro, no había mucho desarrollo industrial, así que investigó y desarrollo una fórmula que en su momento usó básicamente a fuerza de prueba y error.

–¿Recuerda el primer éxito de Duravit?
–Nosotros no tenemos conciencia de eso. De hecho tomamos más conciencia ahora, que la gente los señala tanto y los rescata entre tantas otras propuestas. Hoy hablás con cualquiera de 30, 40 y más también, y el que no jugó con un Duravit pareciera que no es argentino.

–¿A quién se le ocurrió la marca?
–A mi padre. La verdad es un marcón. El apuntó al juguete irrompible. A que fueran vehículos de uso vigente. Lo que hizo fue un juguete indestructible. Desarrolló esa línea, impuso la marca y después lo que hacía era seguir la onda del mercado. Si salía el Ford Falcon, el Chevy o el Rambler, él lo fabricaba. Su renovación pasaba por la renovación del parque automotor. Cabe aclarar que no estaba desarrollado el merchandising de hoy.

–¿Cuántos modelos llegó a fabricar?
–Más de cuarenta entre autos, camionetas y jeeps.

–¿Cómo era la creación de cada juguete?
–Mi padre trabajaba con modelistas que hacían maquetas en madera y a partir de ahí se hacía un yeso, con el cual se iba a fundición y se realizaba el molde en aluminio para el proceso de vulcanización de la goma. El tenía una habilidad muy grande. En un momento se le ocurrió hacer una moto-niveladora. Entonces se fue a varias agencias de tractores y a partir de mirar lo que tenían la desarrolló él mismo con treinta y pico de matrices, todas de estampado metálico. Entonces mezcló una carrocería de goma con una estructura de distintas partes que se ensamblaban por remaches o tornillos y fue un hit.

–¿Nunca se salió del empleo de ese material?
–Nunca, eso habla bien y habla mal. Por ser fiel a una idea arriesgó mucho.

–¿Hacía estudios de mercado, de segmentación por edades?
–No, él hacía vehículos para varones. Aunque antes los rangos de edades eran mucho más flexibles. Un juguete con esas características duraba desde el año a los diez años.

–¿Hubo una época de oro para Duravit?
–Los '60. En ese entonces la fábrica llegó a tener cien empleados. Recuerdo que una vez hubo una especie de festejo interno porque se había llegado a los 50.000 juguetes-mes. La época dorada yo la viví porque siempre cuento que en la fábrica de mi padre nosotros hicimos la colimba. En las épocas pico trabajábamos como un obrero más, pero lo bueno era que él nos valoraba y consideraba como tal, así que recibíamos nuestro sueldo.

–¿Hay cierta magia en hacer juguetes?
–El imaginario colectivo tienen la fantasía o cree que una fábrica de juguetes es como Walt Disney y lamentablemente no es tan así. Más que nada, en este país, es un desafío constante y una lucha eterna producir algo.

–¿Su padre viajaba para ver otros mercados?
–No. El fue un industrial que se nutría de lo que veía acá adentro. Sí, tenía muchos competidores que intentaban imitarlo, pero que terminaban sucumbiendo.

–¿Qué hay de las creencias de que varias veces peligró la vida de Duravit?
–El golpe casi de gracia fue con Martínez de Hoz y la famosa tablita. En esa época la fábrica se sostuvo con capital que fue consumiendo y casi entró en convocatoria. En esa época no había juguete que se pudiera fabricar acá que fuese competitivo. Era inviable fabricar algo. Después podría hacer un racconto por todo tipo de décadas. Alfonsín, hiperinflación, Plan Austral, Primavera, dólar barato, importaciones de todo tipo, recesión, desocupación, descapitalización. Y así seguimos con la salida de De la Rúa que nos vuelve a confiscar los depósitos y nos agarra en pleno diciembre con la venta en la calle a cobrar. Ser industrial en este país, vivir en este país, es algo muy complejo. Y eso que desde la fábrica no nos quedamos. Siempre tratamos de ir más allá. Primero redecorando las líneas tradicionales. Después desarrollar nuevos productos. Hoy tenemos segmentada la producción según tipo de consumidores. Hay productos de primera infancia (apilables de mayor a menor, rompecabezas, balde primeras formas), de dos a cuatro años, vehículos en plástico, juego de playa, cocinas, accesorio de cocina y el polémico juego de limpieza (escoba, escobillón y palita) que al principio fue muy mal visto por las feministas. También existe la idea de volver a sacar líneas para coleccionistas, ya que sabemos que hay gente que los intenta imitar para venderlos como originales.

–¿Hay iconos Duravit?
–Creo que el icono no es el modelo en sí, sino la marca Duravit de goma. Los juguetes siempre tienen un empezar, afianzarse en el mercado, el crecimiento y después una caída a la que le sigue una meseta y después ya es considerado un producto de línea.

–Hoy, ¿cómo diseñan los juguetes?
–Trabajamos con diseñadores y nos nutrimos mucho de las ferias internacionales como las de París, Milán, Valencia y Nueva York.

–¿Existe cierta idiosincrasia implícita que debe respetarse a la hora de hacer juguetes?
–El tipo de juguete argentino es más parecido al europeo. La diferencia es que el europeo es aún más sofisticado en su diseño, demasiado para nosotros, que por una cuestión de costos tenemos que simplificar.

–Dicen que en la infancia se cuece nuestra vida futura, el juguete estimula, nos abre al mundo...
–Totalmente, por eso estoy en contra de ciertos llamados juguetes como los videojuegos. No me parecen ni educativos ni formativos. Más bien creo en su decantación y saturación. Y lo digo más como padre que como fabricante de juguetes. Y por supuesto de los "secalágrimas". Un juguete que se desarrolla mucho a partir de los productos que llegan de China. Juguetes muy vistosos por el packaging, que pueden llegar a valer casi como un paquete de cigarrillos y duran nada. Se usan unos minutos, se rompen y se descartan. Ellos desacreditan mucho el valor perceptivo de un juguete. Básicamente en la imagen de los chicos. Hoy estamos educando generaciones que no le den valor a nada. Nosotros hemos hecho juguetes más accesibles pero siempre nobles. Nuestra línea Mini, por ejemplo, de cinco modelos de autos de los cuales hay un revival del Escarabajo y el Citroën 3 CV. Un rueda libre con formas simples, económico, muy colorido e indestructible.

–¿Su padre ya no trabaja?
–No, hoy le hablás de todo lo que entra en juego en la venta de un juguete y creo que lo supera.

–Con este aparente nuevo escenario económico, ¿empezó a sonar más el teléfono en la fábrica?
–Sí. Igualmente, contrariamente a lo que muchos piensan, Duravit nunca dejó de tener demanda. Hoy nos llama más la gente de negocios integrales. Se recompuso la relación comercial. Antes la balanza estaba más del lado de los comerciantes y ahora, aparentemente, nos necesitan más. Hoy en la planta trabajan 50 personas, 24 horas, y hace dos meses, también sábados y domingos. En el 2002 se comercializaron 1.300.000 unidades e intentamos ir por más.

–A futuro, ¿les interesa incorporar más diseño?
–En la Argentina hay muy buenos diseñadores, pero es difícil, dados los tiempos transcurridos, encontrar diseñadores especializados en juguetes en serie. Para nosotros hoy son fundamentales los gráficos, en todo lo relativo al packaging, que en juguetes es fundamental. Y también para otras líneas que estamos desarrollando como los rompecabezas. Una de las grandes inquietudes que tenemos ahora, más que nunca, es crear juguetes de interrelación entre chicos. La tendencia es volver a eso. Por lo menos, ésa es una de nuestras apuestas, el paradigma a seguir. ■

* Caupur S.A.: Sarmiento 369, Lanús Este, 4205-0838/ 4204-9677.

CAL Y ARENA

Mantenimiento
El CPAU, la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo y la Sociedad Central de Arquitectos comenzó el martes los cursos de Administración de consorcios y mantenimiento de edificios y Organización, planeamiento y gestión del mantenimiento edilicio. El ciclo está organizado en 5 módulos que conforman articulados 2 orientaciones: Capacitación para la Administración de Consorcios y Mantenimiento de edificios; y Capacitación para la Organización, Planeamiento y Gestión del Mantenimiento Edilicio. El objetivo es que el profesional obtenga conocimientos para desempeñar con eficacia la administración de un consorcio, desarrollar estrategias para manejar la relación con clientes, gremios y proveedores en forma activa, anticipar las situaciones que pueden derivar en conflictos, internalizar una metodología de investigación y tratamientos de las patologías de la construcción, de amplia aplicación práctica en la Inspección Técnica de Edificios, en el mantenimiento edilicio y en tareas de rehabilitación o refuncionalización de inmuebles, interpretar normas relacionadas con el mantenimiento: satisfacción del usuario y estándares en la gestión del mantenimiento y planificará las actividades del mantenimiento correctivo, preventivo y programado, técnicas de ejecución, presupuestos, políticas de mantenimiento y características a considerar de acuerdo con el tipo de propiedad. Cada curso otorga un certificado que acredita haber transitado 120 horas de asistencia presencial y haber cumplido con los trabajos solicitados. Los cursos tienen tres módulos en común y uno que determina la orientación. Cada módulo debe cumplir con 30 horas de dictado. Para matriculados del CPAU, socios de la SCA y docentes de FADU, el curso cuesta 125 pesos por mes o 250 por módulo. Para otros profesionales, 150 o 300, respectivamente.





Vistas de la barranca y la terminal en Calafate.



Novedades en Calafate

Esta semana se cerró el concurso de anteproyectos para renovar una zona de la villa turística. Involucra una barranca pronunciada, una terminal vial a desactivar y una usina a demoler.

POR MATIAS GIGLI

El Instituto de Desarrollo de Vivienda y Urbanismo de Santa Cruz organizó un concurso provincial para transformar un sector de Calafate aún relegado: la actual terminal de ómnibus y los terrenos linderos, que tienen una pendiente tan importante que ninguna arquitectura espontánea pudo con él.

Las nuevas funciones para esta parte central de Calafate tienen un interés singular. En la localidad faltan actividades culturales y ése será el centro del nuevo desarrollo. Es sabido que la industria de la cultura se complementa bien con la del turismo y en Santa Cruz se está tratando de dar una vuelta de rosca más a esta antigua receta, importante para estirar una estadía de una noche en algunos días más.

Calafate brilla por ser la ciudad más cercana al Glaciar Perito Moreno y vive un momento de crecimiento. Se trata de una pequeña localidad que de un tiempo a esta parte se convirtió en la perlita de la provincia patagónica. Ahí es usual encontrarse con gente hablando italiano, alemán o francés, muchos más que con acentos porteños.

El turismo internacional florece desde que se inauguró el nuevo aeropuerto y ese crecimiento sigue a un ritmo constante. Ahora, este concurso de arquitectura busca encontrar un proyecto que transforme el gran descampado en pendiente que tiene el pueblo en un parque para la ciudad.

Es que además de comprar artículos regionales, almorzar o cenar, poco hay para hacer en el pueblo después de volver de un frío día en el Glaciar. La idea es reforzar las posibles actividades con un centro cultural que aporte a la vida de los pobladores y a su vez sea un atractivo para los turistas. Además, se construirá un Centro de Convenciones y Congresos para contingentes de nuestro país y extranjeros.

Esto es el desarrollo para los terrenos cercanos a la actual terminal de ómnibus. Pero el otro elemento de relevancia en Calafate es que tiene dos aeropuertos, demasiado para tan pequeño pueblo. El tema tiene un justificativo: al viejo aeródromo no podían llegar aviones de gran porte, necesarios para incentivar el turismo. Por ese motivo se construyó hace pocos años uno nuevo. Ahora, el aeródromo desactivado se transformará en una nueva terminal de ómnibus y a la vieja se le busca con este concurso de anteproyectos una nueva función.

Otro logro significativo para el pueblo es el traslado de la antigua usina eléctrica, muy ruidosa, a un lugar de la periferia. El edificio desactivado es también parte del conjunto de la barranca y la terminal en desuso. La usina será demolida y el lote será parte de las propuestas a tratar en los anteproyectos.

Todos estos temas pendientes se debieron resolver en cada propuesta que se entregó hace pocos días en Río Gallegos. El Instituto de Desarrollo de Urbanismo y Vivienda es el encargado del tema, que involucran en el concurso provincial a la municipalidad de Calafate, a la Asociación de Comerciantes y al Colegio de Arquitectos de Santa Cruz.

Con vistas al lago en el horizonte, la estructura metálica de la vieja terminal de ómnibus acogerá nuevas funciones. No será el primer edificio que tiene valor arquitectónico en Calafate, la actual hostería del Automóvil Club, que ya cumplió sus primeros treinta años, es un excelente ejemplo de una arquitectura que trata de interpretar el entorno y el clima, y dispone las funciones pensando dónde hay que mirar: sin dudas al lago. Sus autores, Jorge Moscato y Roli Schere, siguen pensando en una arquitectura comprometida e intencionada. Ojalá que el nuevo proyecto siga por el mismo camino. ■